

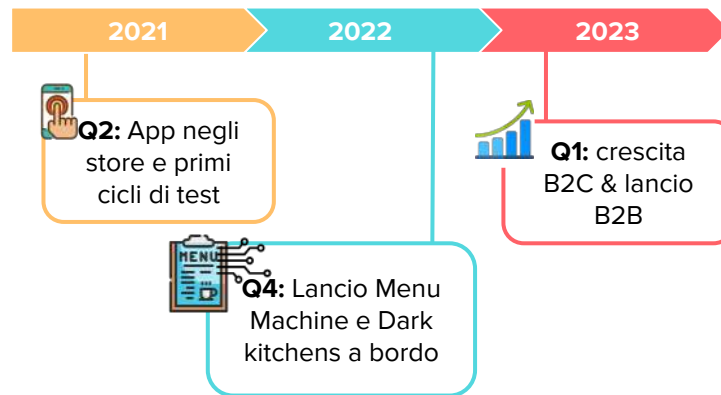


TEASER

X EXECUTIVE SUMMARY

MAMMT nasce dalla fucina di **Djungle Studio**, startup italiana che punta a innovare il settore dei servizi per l'uomo del futuro.

Nel contesto della pandemia 2020-21, l'esigenza di pranzare, incastrando la pausa tra le call quotidiane, è diventata improvvisamente rilevante.



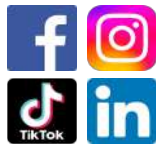
È così che abbiamo creato MAMMT, l'unica **Food Experience** in cui l'utente non sceglie. L'utente **delega la scelta**, sapendo che, grazie all'analisi dei dati, al feedback e al profilo, MAMMT sceglierà in modo più accurato per lui e "risolverà" la sua pausa pranzo in modo affidabile e puntuale.

X EXECUTIVE SUMMARY

A meno di due anni dal suo avvio, MAMMT ha raggiunto oltre **50k download** e un **fatturato di circa 190k € nel 2022 e 380k € nel 2023**, con un team operativo di 8 persone che copre tutti i ruoli chiave necessari a garantire l'unicità del servizio. Dopo una fase di lancio e crescita è pronta ad un A-Series Round.



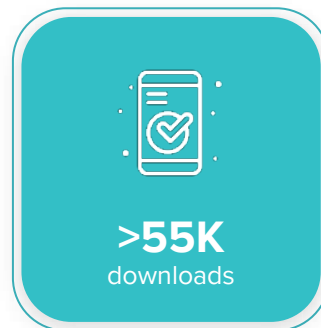
Consegna
capillare a
Torino & Milano



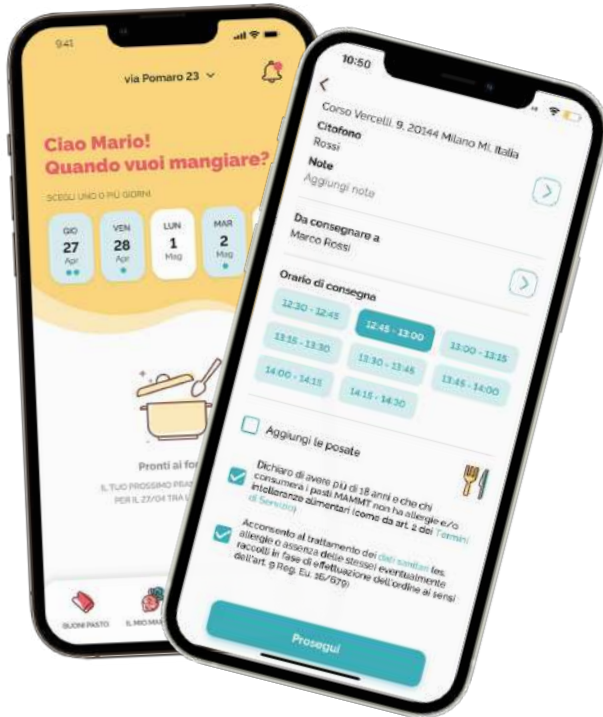
Official accounts
sui social
networks



4,5 ☆ su Apple Store
4,1 ☆ su Google Store



APP E FLUSSO D'ORDINE



1

Fateci sapere la vostra dieta e cosa non vi piace davvero.

2

Ordina prima delle 13:00 per pranzare il giorno stesso o per pianificare i pranzi per la settimana

3

Scegli la fascia di consegna
Scegliete tra le fasce orarie per inserire la pausa pranzo nell'agenda.

4

Enjoy the Wow
Scoprite la scelta MAMMT e godetevi il pranzo. Ricordatevi di lasciare un feedback per migliorare la vostra esperienza

BUSINESS MODEL & OFFERTA

L'offerta principale di MAMMT consiste in un pranzo consegnato in fasce orarie di 30 minuti. I pasti sono **personalizzati** in base ai gusti e ai **“disgusti” dell'utente**, che delega a MAMMT la scelta del pasto, con garanzia di variabilità e stagionalità. Grazie alle preferenze degli utenti, **l' algoritmo** di MAMMT è in grado di abbinare il pasto perfetto alle loro preferenze, generando inoltre una grande quantità di dati relativi agli ingredienti e alle abitudini alimentari.



Il canale di vendita di MAMMT è l'app, disponibile sia su [Google](#) e [Apple](#) stores. Il flusso dell'app è fortemente ottimizzato per garantire un ordine veloce e senza stress, la UX offre anche la possibilità di riordinare "il solito" andando al **checkout in soli 3 tap**. È inoltre possibile pre-acquistare pacchetti pranzo sotto forma di carte regalo tramite il [sito web](#).

MAMMT sta integrando anche **un'offerta B2B**, con soluzioni dedicate alle aziende, come il **welfare** o le consegne personalizzate e l'offerta di eventi per happy-hour o pranzi di lavoro.



BUSINESS MODEL - DOMANDA AGGREGATA



Spreco Zero: La delega di scelta dell'utente ci permette di **ottimizzare la produzione** dei nostri partner, garantendo variabilità con un numero limitato di piatti nel menu. Inoltre, il cut-off degli ordini alle 11:30 permette alle cucine di preparare la linea conoscendo il numero esatto di pasti da preparare **senza sprechi**. All'aumentare dei numeri, quindi, le economie di scala consentono una notevole **riduzione dei costi alimentari**.



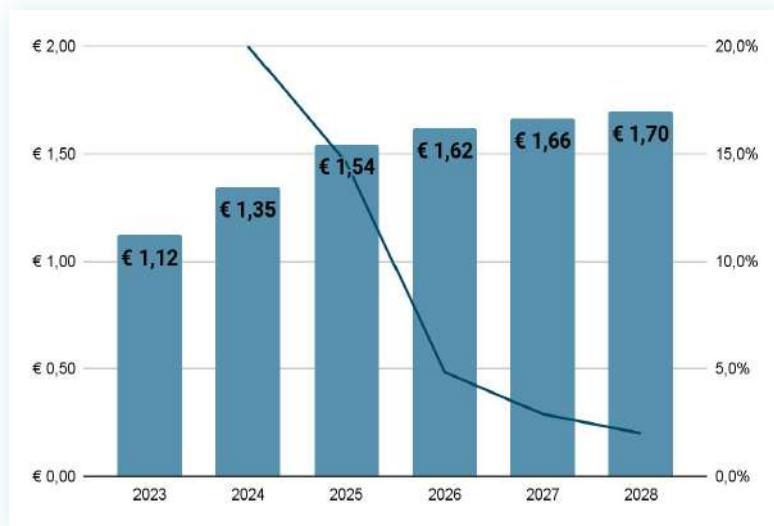
Consegne di gruppo: Conoscendo tutti i luoghi di ritiro e consegna, il nostro algoritmo è in grado di identificare i **percorsi più efficienti**. In questo modo, raggruppiamo i ritiri e i rider possono consegnare più pasti in un unico percorso. In questo modo, con l'aumentare degli ordini, la maggiore saturazione della mappa consentirà di ottimizzare un numero sempre maggiore di viaggi, **ammortizzando proporzionalmente i costi di consegna**.

○ MARKET OVERVIEW

Mammt entra nel mercato della pausa pranzo e intende concentrarsi su un target di dipendenti o lavoratori autonomi che devono risolvere il problema della pausa pranzo a casa o in ufficio.

Nel 2028 il mercato della consegna dei pasti a domicilio in Italia crescerà di quasi il +50% rispetto al 2023. In questo segmento di mercato, dopo l'espansione del servizio in **8 città** e la focalizzazione sul target degli impiegati e dei freelance, Mammt prevede di raggiungere un fatturato complessivo di **22 milioni** di euro.

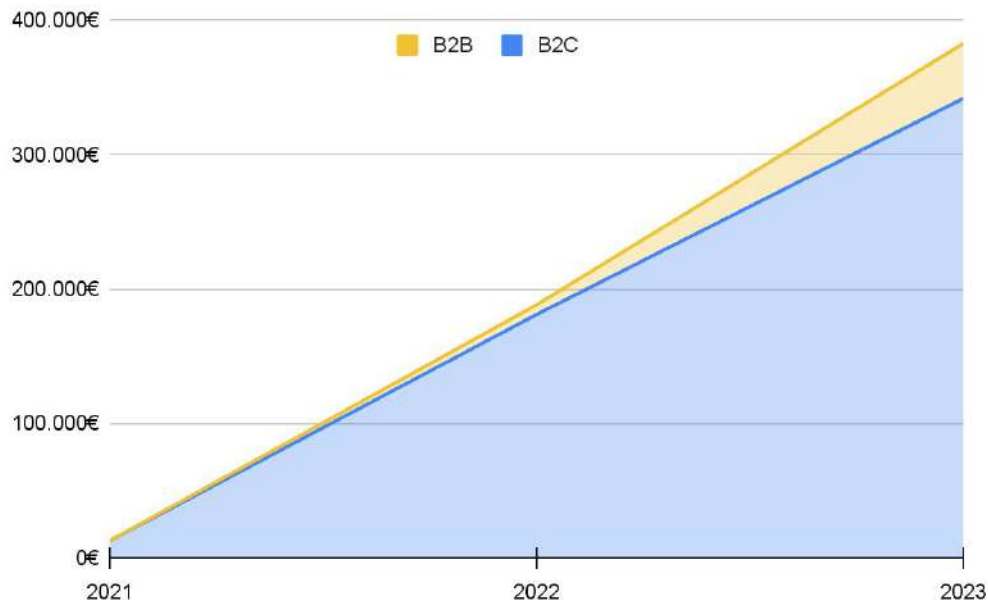
Meal delivery Market in Billion €



▲ RISULTATI

La curva dei ricavi ad oggi mostra una tendenza all'aumento in entrambe le città, con una media del **+20%** da un mese all'altro. Inoltre, i ricavi mensili del 2023 stanno realizzando un x2 o x3 YoY. Da Luglio 2023 il cambio prezzo ha chiaramente ridotto la base utenti in favore di una migliore marginalità operativa, selezionando gli utenti in favore di uno scontrino medio più alto.

È importante sottolineare anche **la crescita del settore B2B** della curva che a partire da inizio 2023 ha generato un flusso di revenues ad alta marginalità.



○ B2B2C & B2B PARTNERSHIPS



e altre...

FOUNDING & MANAGEMENT TEAM



**STEFANO
REVERBERI**
Chief Executive Officer

Ingegnere meccanico con MBA in Innovation | Product & Program Manager | ha maturato diverse esperienze nel campo dell'innovazione che gli permettono di volare **dalla visione all'operatività**.



VANESSA CANTELE
Chief Operations Officer &
Customer Service Mng

Giurista | Business Development | Project Management | Assistente esecutivo del CEO | PR & Sostenibilità, come Assistente esecutivo ha coordinato le **attività operative e amministrative** e ha coperto le attività di sviluppo aziendale.



UMBERTO SCOTTI
Head of Sales & Area Mng

Ex GDO | Senior Auditor | Quality & Logistics Specialist | Team Manager | Store manager, ha **10 anni di esperienza nel settore della GDO**, con particolare attenzione alla gestione del negozio e alla crescita del team.

**Djungle
Studio**



GIULIETTA TESTA
CEO & Co-founder



ALESSANDRO NASI
COO & Co-founder

MAMMT nasce dalla fucina di Djungle Studio, startup italiana che si propone di innovare il settore dei servizi per l'uomo del futuro.

Il Core Team copre tutti i ruoli chiave per garantire l'unicità del servizio.



LET'S TALK
stefano@mammtfood.it